



الخطاب الإعلامي المؤدلج في نص مسرحية عزرايل

*. م. د. ثائر بهاء كاظم د. ماهر خزعل فاضل

Asadi.redrose@gmail.com thaerBahaa@cofarts.uobaghdad.edu.iq

جامعة بغداد/ كلية الفنون الجميلة

تاريخ الاستلام : 2022-01-31

تاريخ القبول : 2022-02-18

ملخص البحث:

تناول البحث الحالي دراسة الخطاب الإعلامي المؤدلج في النص المسرحي عن طريق اربعة فصول، جاءت للإجابة عن سؤال مشكلة البحث الذي ينص (ما طبيعة الخطاب الإعلامي المؤدلج في النص المسرحي؟).

وجاء الفصل الأول (الإطار المنهجي) للبحث عن طريق طرح مشكلة البحث وال الحاجة اليه، وأهميته فضلاً عن هدفه الذي تحدد بالكشف عن التمثلات الدلالية للخطاب الإعلامي المؤدلج في النص المسرحي، اما حدود البحث، فتحددت بالنص المسرحي العراقي (عزرايل) للكاتب مثال غازي ، وقد ختم هذه الفصل بالاصطلاحات الرئيسية للبحث. ومنها (الخطاب، الإعلامي، المؤدلج).

الفصل الثاني (الاطار النظري) إذ جاء على ثلاثة مباحث، تناول المبحث الأول: مفهوم الخطاب الإعلامي المؤدلج عن طريق اراء العديد من المفكرين وال فلاسفة الذين هيأوا الطرح النظري والمفهومي المناسب لاشغال هذا الخطاب في الادب، والنقد، والفن، اما المبحث الثاني فجاء تحت عنوان: (التمثيل الدلالي للخطاب الإعلامي المؤدلج في النص المسرحي)، إذ كشف عن التمثلات الدلالية لذلك الخطاب في النص المسرحي عبر العلامات التقريرية والايحائية والرموز التي يبيتها للقارئ عبر الرسائل المؤدلجة، فضلاً عن التمثلات التداولية والبلاغية التي تتحقق فعل الإتصال مع القارئ بفعل امكاناتها في الاحالة إلى المعنى خارج اطار



النص (العالم الخارجي) وإرتباطها بفعل التأثير والاقناع، أما المبحث الثالث فقد تناول التمثل القرائي للخطاب

الإعلامي المؤدلج في النص المسرحي، ثم خرج الباحث بمؤشرات الإطار النظري.

أما الفصل الثالث (إجراءات البحث) حدد الباحث، منهج البحث (الوصفي)، ونموذج التحليل مسرحية عزraelil

٢٠١٩ تأليف مثال غازي وأسباب اختيار العينة، ومن ثم حللها وتوصل لعدد من النتائج وناقشها في الفصل

الرابع.

الكلمات المفتاحية: الخطاب، الإعلام، المؤدلج، النص، المسرح، عزraelil.



The ideological media discourse in the text of the play Azrael

Prof. Dr. Thaer Bahaa Kadhim / University of Baghdad / College of Fine Arts

Dr. Maher Khazal Fadel / University of Baghdad / College of Fine Arts

Receipt date: 2022-01-31

Date of acceptance: 2022-02-18

Abstract

The current research dealt with the study of the ideological media discourse in the theatrical text through four chapters, which came to answer the question of the research problem which states (What is the nature of the ideological media discourse in the theatrical text?).

The first chapter (the methodological framework) came to the research through the research problem, its importance, goal and the need for it, which was determined by revealing the semantic representations of the ideological media discourse in the theatrical text. main search. Including (Discourse, Media, Ideological). The second chapter (theoretical framework) came into three sections. The first topic dealt with the concept of ideological media discourse through the opinions of many thinkers and philosophers who prepared the appropriate theoretical and conceptual proposal for the work of this discourse in literature, criticism, and art. As for the second topic, it came under the title: (The semantic representation of the ideological media discourse in the theatrical text), as it revealed the semantic representations of that discourse in the theatrical text through the declarative and suggestive signs and symbols that it transmits to the reader through ideological messages, as well as the deliberative and rhetorical representations that achieve the act of communication with the reader by virtue of their potential in referring to meaning. Outside the framework of the text (the outside world) and its connection to the effect of influence and persuasion, while the third topic dealt with the reading representation of the media discourse ideologically in the theatrical text, then the researcher came out with the indicators of the theoretical framework. As for the third chapter (research procedures), the researcher identified, the research method (descriptive), and the analysis model, the play of Azrael 2019, the authorship of Ghazi's example and the reasons for choosing the sample, and then he analyzed it and reached a number of results and discussed them in the fourth chapter.

Keywords: Discourse, Media, Ideological, Text, Theater, Azrael.



المقدمة:

الفصل الأول/الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث وال الحاجة اليه:

أسهم الخطاب الإعلامي المؤدلج في عملية إنتاج وتمكين الأعمال الفنية والأدبية في الظهور والتأثير بالمتلقى، ولاسيما بعد التطور التكنولوجي والاتصالي الذي حفلت به المؤسسات الإعلامية والفنية عبر الرسائل الإتصالية المؤدلجة والمتنوعة (المقروءة، والمسموعة، والمرئية)، إذ إستكملت مسار هيمنة هذا الخطاب في الساحة الأدبية والفنية، ولاسيما في السينما والتلفزيون والمسرح، إذ يمارس هذا الخطاب تأثيره على القارئ عبر تمثلات الدلالية والقرائية التي يصوغها في بثه للرسائل والمعلومات (العلامات والرموز) التي يستقبلها المتلقى ا القارئ، وأغنت الواقع الإلكتروني من فاعلية هذا الخطاب في الإنتشار والتواصل على الصعيدين العالمي والمحلبي، وشمل ذلك وجود النص المسرحي عبر راهنيته الإعلامية المؤثرة، إذ أخذ حيزاً واسعاً عن طريق تمركزه في مضمار الحيز الثقافي والفكري والإعلامي إذ توأه في تحقيق إستكمال مسیر تداول النص المسرحي المطبوع، ففي الحالتين مطبوعاً كان ام موجوداً في الواقع الإلكتروني، فإنَّ حقيقة تأثيره ترتبط بالقارئ أولاً بوصفه (النص المسرحي) مادة اتصالية تستثمره المؤسسة الإعلامية في بث العلامات والرموز الایدولوجية (الدينية، السياسية، الإجتماعية، السيكولوجية)، إذ يتمركز هذا الخطاب وبشكل فاعل عبر تمثاته الدلالية والقرائية التي تحكم في إنتاج النص وإيديولوجيته ، إنَّ مشكلة البحث تتمثل في طرح السؤال الآتي: ما طبيعة الخطاب الإعلامي المؤدلج وما هي تمثاته الدلالية في النص المسرحي؟ .

وعليه أختار الباحث موضوع بحثه وحدده بعنوان (الخطاب الإعلامي المؤدلج، في النص المسرحي (مسرحية عزرايل انموذجاً .)

ثانياً: أهمية البحث:

يكمن أهمية البحث في تقديم المعلومات والمفاهيم مما يفيد الباحثين، والكتاب المسرحيين في المؤسسات الفنية والاكاديمية.

ثالثاً: هدف البحث:



يهدف البحث للكشف عن:

التمثلات الدلالية للخطاب الإعلامي المؤدلج في النص المسرحي.

رابعاً: حدود البحث:

الحدود الزمانية: ٢٠١٩.

الحدود المكانية: العراق، بغداد، دائرة السينما والمسرح.

الحدود الموضوعية: دراسة تمثلات الخطاب الإعلامي المؤدلج، في النص المسرحي.

خامساً: تحديد المصطلحات:

١- الخطاب

إصطلاحاً:

يعرفه (بنفист) بأنه "كل تلفظ يفترض متكلماً ومستاماً، وعند الأول هدفه التأثير على الثاني بطريقة ما، الخطاب بوصفه ما يتجاوز الجملة المفهوم الغالب في الدراسات الحديثة" (الشهري، ٢٠٠٢، صفحة ٣٧).

التعريف الاجرائي:

منظومة المعاني والرموز الذي يتجه الفضاء الدلالي لمعنى النص للقارئ/ المتلقى.

٢- الاعلام

ويعني إصطلاح الاعلام في معناه بأن هناك إعلام من الشيء، أو الاعلام بالشيء الذي يتتركز على طرفين يقوم أحدهما بالإعلام بالشيء، ويقوم الثاني بعملية التلقى (آبادي، د.ت، صفحة ١٥٦).

التعريف الاجرائي:

حيز اتصالي ينقل الرسائل والعلامات الواقعية والمتخيلة إلى القارئ / المتلقى بحسب طبيعة الوسيلة والمصدر.



٣- المؤدلج:

هي اسم المفعول من صفة الإيديولوجيا.

اصطلاح ايديولوجيا (ideology) هو "كلمة يونانية تتكون من مقطعين المقطع الاول (idea) ويعني الفكرة، والمقطع الثاني (Logas) ويعني العلم فتكون الترجمة الحرافية (علم الأفكار) (براون، ٢٠١٦، صفحة ١٨).

التعريف الاجرائي: منظومة دلالية واسعة النطاق تنقل الأفراد، أو الجماعات قيم متنوعة في وقائع خاصة عبر تمثلات المعنى من رموز واسارات في النص الأدبي والفنى.

الفصل الثاني/الاطار النظري

المبحث الأول: مفهوم الخطاب الإعلامي المؤدلج

في خضم عالم يتأسس على المخرجات السياسية التي تحدد بشكل، أو باخر الطريقة التي يصف بها الأشياء والثقافة والفن، وكما يلاحظ ذلك (ماركوز) بأنّ "ثمة إزالة تدريجية لما في إستعمال اللغة من بعد تقترب به من فلسفة الدعاية المستبدة غدت على نحو متزايد معيار الخطاب عموماً، واغرقت قضايا الشأن العام في لغة التجارة وحولتها اليها، على صورة ما يدعى اليوم سياسات "Spin.doctor" و "Sound.byt" ، إنّ هذه الطريقة التي يرصدها (ماركوز) انما تحدد طبيعة الخطاب الإعلامي المؤدلج المستمد في صناعة الإنسان المستهلك الذي لا يفكر، ذلك لأنّ هدف العملية الخطابية، هو أنّ يصبح مستقبل تلك الرسائل والشفرات لا يميز بين المظاهر والواقع لأنّه ينزوّي خلف ثقافة وفن ليس فيها سوى المظاهر فقط ووسائل الإعلام التي تؤثر بشكل فاعل على القارئ، أو المستمع عبر ردود افعاله واستجاباته. فهذا الخطاب الإعلامي المؤدلج من التجارة والدعاية يبيّث شفراته الإيديولوجية، لأنّ الأمثلة التي يسوقها (ماركوز) مستمدّة من الصحافة الأمريكية في ستينيات القرن الماضي.

وإذا كانت الفلسفة تفسّر الحدث في تمظهراته الإنسانية وفق مرجعياتها الثقافية، والدينية، والإقصادية، واللغوية، والإجتماعية، فإنّها بشكل أو باخر حيّز يحيط ب الإيديولوجيا عبر الأفكار والقوانين التي تفرضها في المسار الإتصالي والإعلامي الراهن، وما الخطاب الإعلامي المؤدلج سوى فكرة أو (أفكار) متمركزة وراء النسق الإتصالي للقائم بالإتصال (الإيديولوجيا) بوصفها



مرأة الاعتقاد في الأفكار التي تؤثر بالرسالة الإتصالية، فالخطاب الإعلامي المؤدلج يظهر بأنواع عدّة، ومنها الإيديولوجيا المهيمنة، وإيديولوجيا النخبة، و الإيديولوجيا الإعلامية.

فالإيديولوجيا المهيمنة (Dominate ideology) تشير إلى الأفكار والرؤى التي تمثل قاسماً مشتركاً بين الأكثريّة في مجتمع معين، وهي كذلك تعني المعتقدات الدينية السائدة، أو الفكر السائد فهناك مجتمعات تسود فيها المعتقدات الدينية كالإسلامية واليهودية والنصرانية، أما إيديولوجيا النخبة السياسية، فهي إيديولوجيا والتوجهات السياسية ذات العلاقة بالحكومة في زمن معين، وهي كذلك الإيديولوجيا أو الأفكار التي تحملها النخب السياسية وتطبّقها في المجتمع، أما الإيديولوجيا الإعلامية، فأئّها تعني وبشكل حتمي ارتباط تلك الإيديولوجيا بالإتصال سواء كانت ظاهرة أم مخفية في الرسالة الإتصالية، فهي تمثل سياق ثقافي واجماعي يمتلك تصور عن الكون والحياة، فضلاً عن أنها تعني منظومة من الأفكار تعبّر من خلالها "العملية الإتصالية" التي تشمل القائم بالإتصال طريقة استخدامه للنص، أو اللغة، أو الصورة (الساكنة والمتحركة) التي تنقلها الوسيلة الإعلامية المطبوعة، أو المسموعة، أو المرئية" (السيد، ١٩٨٨، صفحة ٢٨٨).

ويعتمد الخطاب الإعلامي المؤدلج في نسيجه على مجموعة من النظريات الإعلامية التي تشكّل هذا الخطاب، وتجعله مهيئاً للتأثير بالجمهور والتي تعد المراحل النظرية الرئيسة لذلك الخطاب بوصفه نتاج رؤية للقائم بالإتصال مع الآخر عبر مضامينه الإعلامية التي يبيّنها وأبرزها: (البشير، ٢٠١٨، الصفحتان ١٦ - ١٩)

أولاً- نظرية ترتيب الأولويات Aged. Setting theory

تعتمد النظرية على: أنَّ القائم بالإتصال يحاول أنْ يربّي اهتمامات الجمهور وفق الأفكار والموضوعات التي تقارب وتوجهاته الفردية التي تناسب ايديولوجيات المؤسسة، أو الهيئة الإعلامية، بوصفها تحدد إهتمامات الجمهور.

ثانياً- نظرية حارس البوابة

وتمثل هذه النظرية في وسائل الإتصال في مجلـل إشتغالات التصورات المرجعية كإيديولوجيا ورؤـية القائم بالإتصال لما ينشر وما لا يمكن أن ينشر إلى المتلقـي، ولهذا فـأنـ النظرية تعـني "أنـ الرسـالة تـمرـ قبل نـشرـهاـ فيـ وـسـائلـ الإـعلاـمـ بمـراـحلـ عـدـةـ حتـىـ تـشـرـ وـتـصـلـ إـلـىـ الجـمـهـورـ،ـ وـفـيـ كـلـ مرـحـلةـ يـوجـدـ شـخـصـ أوـ مـجـمـوعـةـ اـشـخـاصـ يـقـرـرـونـ الـذـيـ يـنـشـرـ أوـ لـاـ يـنـشـرـ هـؤـلـاءـ"



الأشخاص يسمون (حراس البوابة) بوصفها كون كل مرحلة تمثل بوابة تمر عن طريقها الرسالة، وتتعرض لتعديلات قبل نشرها، سواء بالحذف، أو بالإضافة، أو التغيير" (البشير، ٢٠١٨، صفحة ٩). فالرسالة أو الخبر، أو النص بوصفه مادة إتصالية وإعلامية يمر بمراحل عدّة حتى يصل إلى الجمهور عبر "بوابات" أو نقاط يتم بها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج من تلك المادة وكلما "طلت المراحل التي تقطعها الرسالة حتى تظهر في وسائل الإعلام، إزدادت الواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد، أو أفراد عدّة تقرير ما إذا كانت الرسالة تنتقل بالشكل نفسه أو بأشكال عدّة وتعديل بعض التغييرات عليها إنَّ المضامين التي تنشرها وسائل الإعلام المختلفة تخضع لرقابة حارس البوابة، وهي لا تخرج في الغالب عن ثلاثة أنواع من الإيديولوجيات، وكما يأتي: (البشير ، ٢٠١٨ ، الصفحتان ٣٠-٢٩)

- أ. إن تكون معبرة عن إيديولوجيا الدولة التي تصدر منها الوسيلة الإعلامية،
- ب. إن تكون معبرة عن إيديولوجيا المؤسسة الإعلامية نفسها وهذه الإيديولوجيا تكون في لغة لإيديولوجيا النظام السياسي للدولة.
- ج. إن تكون إنعكاساً لإيديولوجيا الإعلامي نفسه الذي يختار له مراجعات فكرية ومحددات ثقافية تختلف عن إيديولوجيا الدولة، والمؤسسة الإعلامية التي يعمل بها.

ثالثاً - نظرية الصياغة "Framing theory"

تفترض نظرية الصياغة تشكيل خطاب إعلامي مؤدلج يقوم على مجموعة من المعاني يقدمها القائم بالإتصال عند صياغة الرسالة ليجري فهمها عن طريقها وهي متوافقة مع فهم المتلقى لها، وهذه الرسالة تتحدد لا من قبل معناها الموضوعي أو أهدافها، وإنما عبر وضعها في إطار (Frame)، إذ تكتسب مغزاها عن طريق وضعها في إطار (Frame) يحددها وينظمها، ويضيفي عليها قدرًا من المعقولة عن طريق التركيز على بعض جوانب الموضوع وإهمال جانب آخر (البشير ، ٢٠١٨ ، صفحة ٣١)، وما يدعم وجود هذه النظرية ضمن الاشتغالات المفاهيمية للخطاب الإعلامي المؤدلج، وجود مستويات الصياغة التي يتم فيها توجيه الخطاب، وتحقيق أهدافه الإتصالية وكما يأتي:

الأول: تحديد مرجعية تساعد في عملية تمثيل المعلومات، واسترجاعها من الذاكرة.



والثاني: يتعلق بوصف السمات التي تمثل محور الاهتمام في النص الإعلامي عن طريق التكرار والتدعيم يتم إبراز صياغة معينة تتضمن تفسيرات محددة .

وأما المستوى الثالث: فأنّ القائم بالإتصال يركز على السمات الرئيسة للنص، أو القصة الإخبارية التي تصف مظاهر إيديولوجيا في نص المادة الإعلامية المراد صياغتها (البشير، ٢٠١٨ ، صفحة ٣٢).

المبحث الثاني: التمثيل الدلالي للخطاب الإعلامي المؤدلج في النص المسرحي وبالإستناد إلى المفهومات الألسنية التي تضيء، مسار التمثلات الدلالية للخطاب الإعلامي المؤدلج، فأنّه بالنص المسرحي يتموقع في جوهر عمليات تغير، وإستبدال العلاقات الاجتماعية الفاعلة، والمعيشية بالتمثيل الوهمي الذي يعمل بشكل حيث على تزويق الوعي عن طريق مجموعة أقنعة تقف حائلاً أمام التعرف إلى ما هو حقيقي، أيّ علاقة تصويرية إذ يقوم التصور مقام الحقيقي ويبدل الواقع بالتخيل الوهمي وفق مجموعة من المكونات الفاعلة في تمثيلاته الدلالية في النص المسرحي، وعلى النحو الآتي: (مشaque، ٢٠١٠ ، الصفحتان ١٥٥-١٥٩)

١- الفاعلية:

المقصود بالفاعلية أيّ الفاعل الخطابي، الذي يمتلك مثيرات، وحيث في النص المسرحي ليس منتج الخطاب الرسمي (المؤلف، المؤسسة)، وإنّما إعادة إنتاج الخطاب وفق انماط وتشكيلات خطاباته متعددة ايديولوجيا. فالفاعل الخطابي يتخفى في أشكال عده، فهو قد يكون فاعل منطقياً أو نحوياً، أو فاعلاً اسطورياً وهو في كل ذلك ينجز أدوار الفاعلين طبقاً لارادة ومعرفة وسلطة

تمتلك قدرة الإنتاج

٢- الفضائية:

إذ يعد المكون الثاني من مكونات الخطاب الإعلامي المؤدلج، بوصفه فضاءً ادراكيًّا يمتلك امكانات التواصل المباشر، عبر وحدات جزئية والسماح بتحولات معينة لسيمائية العالم الدرامي إلى سيميائية سياسية، إذ يعمل الفاعل الخطابي على إنتاج علاقات جديدة.

٣- الزمانية:



بعد هذا المكون من أبرز مكونات الخطاب الإعلامي المؤدلج عبر أثراء المعنى، ويكشف البعد الزمني عبر المنظومة الرمزية التي يضمنها الخطاب والصورة المثالية التي يعيد انتاجها في سبيل حماية وتخليد نظام اجتماعي وسياسي معين، واسناد القوانين الفاعلة مع تطوره.

إنَّ تحليل وتفسير دور الذي يسعى الخطاب الإعلامي المؤدلج في النص المسرحي عبر تمثيلاته الدلالية فيه قدر كبير من التداخل والتركيب وفق محددات متنوعة، ومنها المحددات التجارية، أو عوامل السوق عبر طريق تداول النص المسرحي مطبوعاً أو منشوراً على موقع الانترنت، أو محددات السلطات الفاعلة التي تؤثر على صيغة العمل الإعلامي في الإنتاج والتوزيع، ومن ثم المحددات الثقافية والفنية والإيديولوجية التي من شأنها الحفاظ على النص المسرحي بوصفه إداة إتصالية ترتبط روحياً بالرسالة الفكرية والثقافية لمجتمع معين، كما أنَّ رسائل الإعلام التي تحيط بالنص المسرحي لا تنشط في فراغ، بل تتحرك ضمن منظومة سياسية وفكرية وثقافية تتطور معاني الأحداث عبر تأويلها، وإختزال محتواها في مفهوم محدد" (العياضي، ٢٠٠٧، صفحة ٤٢)، يتمثل في الكشف عن المعاني في عملية الاتصال التي يقوم بها الطرف الأول (المرسل) والطرف الثاني (المستقبل)، لأنَّ الاتصال يقوم على منطق المعنى الموجود في الرسالة، وعن طريق منطق المعنى يتفاعل الأفراد و(القراء) من ذوي الثقافات المختلفة والهدف هو توصيل منطق المعنى، إذ يتم التركيز على العناصر المكونة للمعنى التي تقسم على ثلاثة أقسام: (سعيد، ٢٠٠٥، صفحة ١٣)

١. موضوع العالمة، أو الرمز.

٢. قارئ الموضوع، الخبرة الثقافية والسوسيولوجية التي كونت تلك الإشارات والرموز.

٣. الوعي الذي يؤكد الواقع الخارجي، الذي يرجع اليه الموضوع.

المبحث الثالث: التمثل القرائي للخطاب الإعلامي المؤدلج في النص المسرحي

يخضع الخطاب الإعلامي المؤدلج في النص المسرحي بوصفه خطاباً اتصالياً إيديولوجياً إلى مجموعة آليات قرائية تتمفصل في إمكانيات القارئ في الحفر والبحث المتواصل في الحوار الذي يأخذ شكل نص لبناء المعاني المحتملة الذي ينفتح على القراءات المتعددة، إذ أنَّ عملية بناء المعنى تستدعي التمركز داخل علامات النص وتقسيمها للوصول إلى فهم مقارب من قبل



القارئ عبر الرسائل الإتصالية لذلك الخطاب المؤدلج (شفرات المرسل) والشروع باستجلاء المعنى عبر (شفرات المستقبل)، ففي الأولى فك الشفرات وفي الثانية التفاعل مع المضامين الإيديولوجية، إذ يسهم ذلك التحليل بوصفه تأويلاً في تحقيق موقف ندي من الإتصال والتواصل الذي تفرضه الإيديولوجيا بالإعداد الشعوري واللاشعوري القاريء، لاسيما بتلك المقولات التي تكرست في رفع الهالة والقدسية عن الدال في سبيل الكشف عن الخطابات المختبئة فيه، لا انطلاق مما تعلن أو تكشف عنه، بل عبر ما تخبيء خلفها من علامات لا بد من تأويلاها "فالأفكار لا تحمل حقيقتها في ذاتها، بل تستر حقيقة باطنية، وفي هذا الستر ذاته، تومئ إليها، وبنأويل ذلك الإيماء تكشف عن الحقيقة المستوره" (العروي، ١٩٨٨، صفحة ٤٣).

إذ ثمة تفاعل حقيقي بين القاريء والنص المسرحي للكشف عن الخطاب الإعلامي المؤدلج يؤشر إلى حقيقة إلى أنَّ النص المسرحي بالنسبة لقارئه (جمهوره) ليس مصدراً لها فقط، وإنما أيضاً يتدخل من حيث هو متقبل يتلقاها في صناعة ذلك الخطاب، فإنَّ النص المسرحي هو المظهر اللساني الذي يمؤلف الكاتب وعملية تحديد مضمون ذلك النص، بوصفه إنعكاس المدرك للحقيقة يشكل وجهة نظر إيديولوجيا، وهذا ما ذهب إليه (رولان بارت) في قراءاته للخطاب الإتصالي المؤدلج في نصوص (برتولد برشت) التي تمتلك لغة أسمها (بمنظومة الدال العقلاني)، وبوصفها لغة إتصالية مؤدلجة مع المتنقي / القاريء فأنَّها تمتلك خطابين:

الأول: "قىامي ينبئ بإنتهاء العالم ويدعو للفوضى، يعتمد قول و فعل التهديد دون أن يكتثر بما سيأتي، فيما بعد إلى هذا النوع تتنمي مسرحيات (بريخت) الأولى: طبول في الليل، في غاب المدن (بارت، ١٩٨٧، صفحة ٦٣)، أما الثاني فأحيائى يبني نقداً يرمي إلى الحد من حركة حتمية الإستلاب الإجتماعي، أو إبطال الإيمان بهذه الحتمية، فالآمور الباطلة في هذا العالم (الحرب والاستغلال) يمكن علاجها، وزمن الشفاء يمكن إدراكه، والى هذا النوع من الخطاب تتنمي كل مؤلفات برixinth التي تلت أوبيرا القروش الثلاثة" (بارت، ١٩٨٧، صفحة ٦٤).

وتكتشف لنا قراءة (بارت) ذلك الخطاب الإتصالي المؤدلج في نصوص (بريخت) وهيمنته بشكل واضح عبر التغريب وعلاماته الإيديولوجية، إذ أنَّها تشير إلى إصلاح الإنسان في المجتمع الرأسمالي من إنسانيته بإصلاحه من شخصيته (بريخت، ١٩٧٣، صفحة ٢١٨)، وما يدعم وجهة القراءة لذلك الخطاب الإتصالي المؤدلج، هي الكيفية البنائية الشكلية والمضمونية التي توشر التغريب عبر علامات أيدلوجية تحصل عقلياً عند القاريء، ومنها تحويل كل ما هو مألف إلى شيء غير مألف وتجريد



الحادية والشخصية لكي يكون القارئ / المتلقى مشاركاً فاعلاً في الإشكال والمضامين التي يبئها هذا الخطاب المسرحي، إذ أنها "تفضح تصريحات الناس وقراراتهم الخاطئة، كما تفضح إعمالهم الغامضة" (بنجامين، ١٩٧٧، صفة ١١)، عبر بث الرموز التي ترتبط بنية المجتمع والثقافة السائدة، فالدلالة المتحصلة من إيديولوجيا المسرح الملحمي تنتج خطاباً اتصالياً مع القارئ / المتلقى يعزز إبراز المعنى الإيديولوجي بوصفه رمزاً يدل على المعنى المعبر عن العلاقات الاجتماعية وتقاضاتها، وهكذا تبدو نصوص (بريخت) في سعيها للكشف عن جوهر الإيديولوجيا واتصالها بالقارئ / المتلقى، على الرغم من أن النص الملحمي ليس إيديولوجيا خالصة بوصفه فناً، ولكنه يتولد منها ويومئ إليها.

وهذا يعني بشكل أو بأخر التمركز داخل نسيج النص المسرحي للكشف عن الخطاب الإعلامي المؤدلج بوساطة البحث والحرف المتواصل في الحوار الذي يأخذ شكل نص المعاني المحتملة عبر التمثلات القرائية للنص المسرحي للقبض على المدلولات المتعددة في وضعها الراهن مقارنة بتاريخها السالف للكشف عن معناها (العلامة) وموقعها في تحقيق بنية معنى الخطاب الإعلامي المؤدلج الذي ينفتح على القراءات المتعددة بفعل الدلالات التي تعبّر عنها النصوص المسرحية التي هي تجربة الكاتب وما يطرحه من علامات إتصالية / إيديولوجية فأنَّ علامات القراءة للخطاب الإعلامي المؤدلج تعتمد على (السميوذيس) (semiosis)، بوصفه عالماً تتعدّل فيه العلامات والتي تمنح القارئ أولية الإدراك على الواقع، إذ يرى (بيرس) إنّا نعني بها حركة العلامة في تقدمها من أجل بروز علامة جديدة، وهذا التقدّم يبدو بدون نهاية، فالسميوذيس هو مسار يرسم العلاقة ويشكلها، وهو عملية استدلالية ترتكز على العلاقات ذاتها بوصفها علاقة دينامية ومتّحولة وفق طابعها التوليدية، وعلى هذا الأساس فإنَّ مفهوم (السميوذيس) يهوي للقارئ إمكانية الكشف عن مكمّلات الخطاب الإعلامي المؤدلج داخل نسيج النص المسرحي، إذ أنه يشير إلى حقيقة تركيبية وتداوile، الأولى تحصر في العلاقة بين العلاقات، والثانية تداولية مع استعمال العلامات وتأويلها، وبين ذلك مكاناً بوساطة النص المسرحي بوصفه مدونة ثقافية للتعبير عن المجتمع ووجوده الاجتماعي عبر الرمز وانساق العلامات الإيديولوجية، وبالنسبة للقارئ فأنَّ الدلالة التعينية (أحادية الجانب، سهلة الكشف) في حين تكون الدلالة التضمينية متعددة وتنشط إلى مستويات عالمية متّوّعة مما يتيح إمكانية اكتشافها بحسب قدرة المؤلّف (القارئ ومهاراته في اكتشاف تلك المعاني المؤولة للنص المسرحي والذي يتجاوز تشكيل المعنى ونهائيته).

ما أسف عنده الإطار النظري من مؤشرات



١. يتضمن الخطاب الإعلامي المؤدلج في تمثيلاته الدلالية في النص المسرحي أربعة عناصر (المصدر، المتلقى، الرسالة، (كود ومضمون وطريقة معالجة الرسالة) والوسيلة بوصفها القناة التي يجري عن طريقها نقل الرسالة.

٢. يعتمد الخطاب الإعلامي المؤدلج في تمثيلاته للنص المسرحي على تحبيين القيم في وقائع، ولاسيما خاصة عبر نقل المعلومات والأخبار والرموز والشفرات ومن ضمنها، وإيديولوجيا العالم الواقعي (النظريات السياسية والإيديولوجية)، وإيديولوجيا العالم المتخيل(عالم النص الدرامي)

٣. تقسم تمثيلات المعنى للخطاب الإعلامي المؤدلج دلاليا في النص المسرحي على مجموعة من المعاني (العلامات) التقريرية-الإيحائية، في الأولى يتحدد المعنى وفقا لارتباط العلامة مع الموضوع الذي تعبّر عنه الطبيعة الذاتية لها، وفي الثانية فأن العلامات تأخذ شكل رموز يمكن ادراكها بفعل شفاراتها الثقافية، والاجتماعية، والإيديولوجية ضمن الوسط الذي أنتجها.

٤. تمنح المحاكاة الخطاب الإعلامي المؤدلج في النص المسرحي تمثيلات لها القدرة على تجسيد الأنماط السلوكية، والإيديولوجية، والثقافية، وتسهم في عملية الاتصال مع القارئ عن طريق المحاكاة البسيطة،**محاكاة الجوهر،**محاكاة المثل العليا.

الفصل الثالث / اجراءات البحث

عينة البحث:

اختار الباحث العينة القصدية التي تسير بإتجاه تحقيق هدف البحث احتوائها على الإحالات الإعلامية والإيديولوجية بشكل صريح أو ضمني نموذج النص المسرحي عزرايل ٢٠١٩ تأليف مثال غازي.

منهج البحث:

استعمل الباحث المنهج الوصفي في تحليل عينة البحث.

أداة البحث:

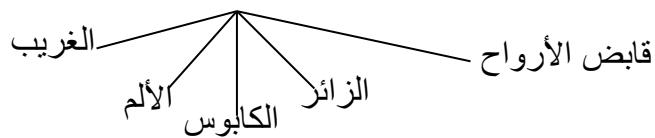


يعتمد الباحث ما أسفر عنه الإطار النظري من مؤشرات كأدلة للبحث.

تحليل العينة:

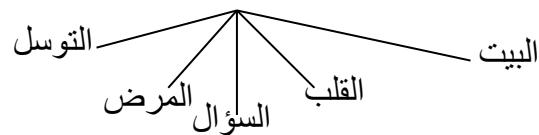
يشكل الخطاب الإعلامي المؤذج عبر تمثيله في نص مسرحية عزرايل للقارئ عالمة مهيمنة تفتح على محمل الدلالات والمعاني المرافقة للحدث الدرامي، إذ أنها تنقل المعلومات والأخبار بشكل يهيء القارئ في إستحضار جميع المعاني المتربطة مع علامات النص ورموزه الأساسية المؤذلة، إذ تعطي شخصية عزرايل العديد من تلك المدلولات المتربطة به في عدد العنوان أحد موجهات القراءة مثل (ملك الموت، أو أنَّ النهاية الإنسانية، الإحتضار، الخوف، الحزن، الفراق)، كما أن الخطاب في تمثيله الدلالي يفصح عن الطبيعة السايكولوجية والعجبائية لرحلة الإنسان الأخيرة كونه مثواه الأخير، ما يرافقها من طبيعة طقوسية وما ورائية لتلك العوالم الميتافيزيقية إذ عالم الروح، وقد وصلت إلى المرحلة التي تسمى آخر المكانت التي تمحورت حولها جميع الإيديولوجيات الدينية التي تؤمن بوجود تلك الأفكار التي تتناسب بوجود المثال قبل الواقع، فال فكرة الإيديولوجية الرئيسية التي يبئها الخطاب رسالة أعدت بوصفها شرطاً دينياً، فالدين كإيديولوجيا ليس إلا شكلاً من أشكال الفكر التقليدي، والتي تفرض على القارئ وجهة نظر إيديولوجية من جهتها الرئيسة العنصر العاطفي المؤثر، وما يعزز وجهة النظر هذه هو النوع العلمي الذي يؤدي إلى معانٍ للألم، والذي تأخذ هذه شخصية عزرايل بوصفه رمزاً للموت وكما في المخطط الآتي:

عزرايل



في حين تأخذ عالمة (المرأة) سماتها التقريرية من مجموعة العلامات التي يؤشرها الخطاب في النص المسرحي، وكما يأتي:

المرأة





وإذ ما كانت تلك المعاني التقريرية المباشرة التي يكتشفها القارئ عبر قراءته للنص والتي تشكلت بفعل مدلولات الحوار والكلمات، فإن المعنى الإيحائي يتشكل من مجموعة التضمينات التي تعبر عن القيم الذاتية لأنها تؤدي وظيفة معينة داخل سياق المعنى في النص المسرحي، إذ يتيح للقارئ أبعاداً دلالية مفتوحة على التأويل بفعل الاحالة الواقعية والمجتمعية، فالخطاب الإعلامي المؤدلج بصفته الإيحائية يحيل القارئ إلى ما وراء المجادلات اللاهوتية التي يبتها عزراطيل والمناقشات الواقعية التي ترسلها المرأة حول الواقع والعالم الآخر، فثمة واقع سايكولوجي واجتماعي يحتضنه المسار الإيديولوجي الذي يكتشف بطريقة غير مباشرة (تمليحاً) بفعل الكون الخطابي الفاعل للصور، التي تقع خلف الأحداث الدرامية، إذ تكشف العلامات الضدية بين عزراطيل والمرأة تمفصلات الإنقسام بين الهيمنة والخضوع، وكما في المخطط الآتي:

العلامات الضدية

عزراطيل × المرأة

ذكورة × أنوثة

همجية × عفة

أسود × أبيض

وحشية × براءة

موت × حياة

إرادة قوة × إرادة حرية

وخلف تلك العلامات الضدية التي يؤشرها الخطاب عبر تمثيلاته الدلالية في النص المسرحي نجد ما تحيل إليه من معاني ايديولوجية في الواقع، ذلك أنَّ تلك الإيديولوجيا لا تكتشف في المواقف الاجتماعية/ السياسية فحسب، وإنما تتحقق بشكل فاعل في القضايا الإنسانية الواقعية/ الأسطورية بصفتها دلالة مؤثرة لمعنى الخطاب الإعلامي المؤدلج وتأثيرها في القارئ عبر مدركاته الواقعية والمتخيلية، فالمرأة ما هي إلا إنسانة تعيش في وسط أزمة ثقة اجتماعية/ سياسية في سعيها للبقاء على قيد الحياة في ظل سيطرة الناس أو الأشخاص العلوين (عزراطيل) على الاشخاص الأدنى منهم والمرأة واحدة من بين ملايين البشر



الذين يعانون الانظمة الاستبدادية الفارقة بالاستحكام ، والتفرد على حساب الآخر وحريته، إذ يركز الخطاب الإعلامي المؤدلج على نمطين متصادمين ايديولوجيا نظام الاستبداد/ نظام الحرية عبر التركيز والتأشير على نسقين لحكم المجتمعات والتي تحدد فيه قيمة الإنسان في ظل سيطرة الإنسان على الإنسان، أو السيد على العبد وكما في النص المسرحي عزرايل على المرأة، وبما أن الإيديولوجيا الدينية المتمثلة في رمز الموت (عزرايل) إيديولوجيا رائجة في الوسط الجماهيري، فإنها تولد عند القارئ- رسائل اخبارية لا تتحدد بموضوع الموت فقط، بل إلى فكرة الحرية المقيدة، فالمرأة ليست في مجتمع حر له قوانين والتزامات المواطنة لأنها في مجتمع غير حر ، فالحربيات والقوانين قد تم احکامها بقرار من السلطة الإيديولوجية المتمثلة بملك الموت (عزرايل)، هذه الإيديولوجيا الراسخة يثورها الخطاب الإعلامي المؤدلج عبر التصورات الإدراكية، التي يملکها القارئ إذ إنعدام الحياة بالموت يساوي انعدام الحرية بالسلطة الغاشمة هذه الخصوصية الإعلامية ترسل اشارات محددة حول القانون، أو العرف، والتي غالباً ما يجدها القارئ على شكل حقوق والتزامات خصوصية، وفي هذه الخطاب تحل تلك الرابطة الشخصية والتملكية، ذلك أن تقليص التفوقات إلى التزامات خصوصية يترك ما يشبه راسباً في كل فرد أو قارئ وليس تحت تصرف أحد، وكما فعل عزرايل بحكمه على المرأة بالموت من دون سابق انذار ودون معرفة قانونية، أو عرفية، وكما في الحوار الآتي:

المرأة: ماذا لو سألتك من أكون.

الرجل: شيء انتهى وقته

المرأة: (باستغراب) وقت.. عن أي وقت تتحدث

الرجل: وقتك في الحياة

المرأة: أذاً أنت ترى أن وقتي في الحياة قد انتهى

الرجل: وهذا يعني أن وقتك في الممات قد بدأ. (غازي، ١٨/١٢/٢٠١٨)

أن القيم أو الحرية التي تمثلها المرأة هي علامة فارقة في كل زمان ومكان بوصفها رمزاً للحياة وإعلاناً للحرية، ويكشف المسار الإيديولوجي بطريقة غير مباشرة، إذ يعلن عن صورة المشحوذ (عزرايل)، وما يرمز إليه من علامات ينتجها القارئ عقلياً



ومنها خصوصيته المتفردة التي تتموقع في إيديولوجيا القوة الدينية، الوضعية، الاستعارية، وما يقع على المرأة من ظلم وتعسف، إذ إنها تمثل الذات التاريخية في خيباتها المتعاقبة ومنها علامات، الحرية، السعادة، الشعرية، وكما في المخطط الآتي:

عزرايل (القدر الملعون) ← إيديولوجيا القوة الدينية، الوضعية الإستعمارية

← صفات الهيبة، والإستحواذ الإستعمار والإضراب الدينية

المرأة (الكائن الإنساني) ← الحرية، المساواة- السعادة، الحياة

← صفات الغناء (الخنواع) ← المحكوم - المواطن، الفرد، الشعب

المستشفى ← المكان ، الأرض ، الحروب ، الولايات ، الأزمات

إذ يؤشر السياق الدرامي ويوضح المقاصد المباشرة في الحوارات اللاحقة للمسرحية وغير المباشرة مثل (ليس من اللائق أن تدعيمهم يتظرون طويلاً) إشارة إلى معنى أن تستسلمي للموت، الذي جاء به (عزرايل) الرجل وهو يشير إلى كل الشعب الموجودة تحت شاكلة المرأة الموجودة تحت وطأة تلك الهيمنة أو الإستحواذ محلياً وعربياً، وفي هذا المكان، أو في الأمكنة المجاورة لها، إذ المصير ذاته في الحلم الذي ينتظرون والذي لم يره أبداً، إذ يتبدل مع كل مرحلة تاريخية جديدة من مصير تلك الأمم، أو الشعوب، وكما في الحوار الآتي:

المرأة: ما كنت لا حلم بيوم كهذا، فكل احلامي تتعلق بالحياة

الرجل: وماذا عن الموت.

المرأة: صدقني لم أفكّر به يوماً ولا أريد كحال كل الملائين الآن من البشر على الأرض، فكل يوم تشرق فيه الشمس كان لي بمثابة الحلم... عن أي يوم تتحدث، أرجوك، الوقت كل الوقت هنا للحياة ولا مكان للموت حين تفك بالحياة. (غازي، ١٨/١٢)

(٢٠١٨)

فالقارئ يفهم وفق الأحداث الدرامية ومقاصد الشخصيات أن هناك إرادة للموت يمثلها عزرايل أو (الآخر) وارادة للحياة تطلبها المرأة فضلاً عن كل الشعوب من الملائين، وما يعزز وجود الزمان والمكان محلياً وعربياً فعل التأثير الذي يؤشر (الآن، هنا الان) في أغلب الحوارات الدرامية المملوئة رباعياً بسبب هيمنة الخطاب الديني الإستعماري، وإمكاناته في قمع حريات الشعوب.



الفصل الرابع

نتائج البحث ومناقشتها:

١. أتاحت الرموز والعلامات الابحاثية للخطاب الإعلامي المؤدلج في النص المسرحي وفق تاويل القارئ مساره الإيديولوجي في العالم الخارجي، عبر الإحالات غير المباشرة للرسائل المؤدلجة في النص المسرحي .
٢. اعتمد الخطاب الإعلامي المؤدلج في تمثيلاته الدلالية للنصوص المسرحية (عينة البحث) على محاكاة القيم العليا، عزز الخطاب الإعلامي المؤدلج في النص المسرحي قدرته في رصد الإحالات الإيديولوجية الخارجية عبر السياق والمقداد غير المباشرة والتأشير والاستلزم الحواري وكما في (عينة البحث).
٣. يستغل الخطاب الإعلامي المؤدلج عبر تمثيلاته الدلالية طبيعة النص المسرحي في توجيه الرسائل المؤدلجة إلى القارئ، ومنها المنطق المأساوي، وكما في عينة البحث.
٤. أتاحت التمثيلات الدلالية للعلامات الضدية المتناقضة في الخطاب الإعلامي المؤدلج للنص المسرحي توجيه القارئ، والتأثير به، ومنها القضايا الإيديولوجية الرئيسة، ومنها السياسية والإجتماعية الراهنة.

المراجع

١. الفيروز آبادي. (د.ت). *القاموس المحيط* (المجلد ٢). بيروت: المؤسسة العربية للنشر.
٢. برتولد بريخت. (١٩٧٣). *نظريّة المسرح الملحمي*. (جميل نصيف التكريتي، المترجمون) بغداد: منشورات وزارة الإعلام.
٣. بسام مشاقبة. (٢٠١٠). *مناهج البحث الاعلامي وتحليل الخطاب*. عمان: دار أسامة.
٤. حسن عماد مكاوي وليلي حسين السيد. (١٩٨٨). *الاقتصاد ونظرياته المعاصرة* (المجلد ١). القاهرة: الدار اللبناني.
٥. رولان بارت. (١٩٨٧). *مقالات نقدية في المسرح* (المجلد ١). (سهى بشور، المترجمون) دمشق: المعهد العالي للفنون المسرحية.



٦. سعاد جبر سعيد. (٢٠٠٥). *سيكولوجية الاتصال الجماهيري* (المجلد ١). عمان: عالم الكتب الحديثة للنشر.
٧. عبد الله العروي. (١٩٨٨). *مفهوم الإيديولوجية*. بيروت: المركز الثقافي العربي.
٨. عبد الله بن ظافر الشهري. (٢٠٠٢). *استراتيجيات الخطاب*. جدة: دار الكتاب الجديد.
٩. فالتر بنجامين. (١٩٧٧). بريلخت. (أميرة الزين، المترجمون) بيروت: المتوسطة المصرية للدراسات والنشر.
١٠. مثال غازي. (٢٠١٨ / ١٢). *مسرحية عزائيل*. د.ب: موقع الفرجه.
١١. محمود بن مسعود البشير. (٢٠١٨). *الإيديولوجيا والإعلام* (المجلد ١). الرياض: د.من.
١٢. ميل تشرتون وآن براون. (٢٠١٦). *علم الاجتماع النظرية والمنهج*. (هناه الجوهرى، المترجمون) القاهرة: المركز القومى للترجمة.
١٣. نصر الدين العياضي. (٢٠٠٧). *الاعلام التلفزيوني على حساب الصناعات والاختيار*. تونس: مجلة الاذاعات العربية.

The reviewer

1. Fayrouzabadi. (D.T). Ambient Dictionary (Volume 2). Beirut: Arab Publishing Corporation.
2. Bertolt Brecht. (1973). Theory of epic theater. (Jamil Nassif Al-Tikriti, translators) Baghdad: Publications of the Ministry of Information.
3. Bassam Mashaqaba. (2010). Media research methods and discourse analysis. Amman: Dar Osama.
4. Hassan Emad Makkawi and Laila Hussein El-Sayed. (1988). Economics and Contemporary Theories (Volume 1). For Cairo: The Lebanese House.



5. Roland Barthes. (1987). Critical Essays on Theater (Volume 1). (Suha Bashour, The Translators) Damascus: Higher Institute of Dramatic Arts.
6. Suad Jabr Saeed. (2005). The Psychology of Mass Communication (Volume 1). Ghaman: The World of Modern Books Publishing.
7. Abdullah Laroui. (1988). The concept of ideology. Beirut: Arab Cultural Center.
8. Abdullah bin Dhafer Al-Shehri. (2002). Discourse strategies. Jeddah: The New Book House.
9. Walter Benjamin. (1977). Brecht. (Ameera El-Zein, translators) Beirut: The Egyptian Intermediate School for Studies and Publishing.
10. Gas example. (18/12/2018). Azrael play. DB: Al Farja website.
11. Mahmoud bin Masoud Al-Bashir. (2018). Ideology and Media (Volume 1). Riyadh: Dr.
12. Mel Churton and Ann Brown. (2016). Sociology theory and method. (Hanaa El-Gohary, translators) Cairo: The National Center for Translation.
13. Nasr al-Din al-Ayadi. (2007). Television media at the expense of industries and choice. Tunisia: Journal of Arab Broadcasting.